

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis dan Sifat Penelitian**

Penelitian ini berjenis kuantitatif dan bersifat eksplanatif. Menurut Rakhmat, penelitian kuantitatif bermaksud untuk menguji, termasuk memperluas dan mempertajam teori melalui pengamatan mengenai hubungan antara variabel-variabel yang ada serta menunjukkan hubungan antarvariabel. Sebagai peneliti kuantitatif, peneliti berperan sebagai analis data yang menjaga presisi (Rakhmat, 2017, p. 26). Peneliti tertarik untuk memahami bagaimana sebuah fenomena komunikasi digeneralisasi pada populasi yang lebih besar (Rakhmat, 2017, p. 24).

Rachmat menyebutkan bahwa penelitian kuantitatif mengacu pada paradigma positivistik secara empiris dan terukur saat mengkaji fenomena (Rakhmat, 2017, p. 29). Paradigma penelitian positivistik memandang adanya fakta objektif yang dikelompokkan ke dalam beberapa variabel untuk dikumpulkan, diukur, dan diuji secara statistik (Rakhmat, 2017, p. 39). Maka dari itu, penelitian kuantitatif cenderung membuat kesimpulan secara general dari pengambilan sampel tertentu (Rakhmat, 2017, p. 45).

Bungin juga menyebutkan bahwa penelitian kuantitatif dengan format eksplanatif cocok dilakukan dalam penelitian eksperimen dan survei. Maka sebutannya adalah eksplanasi eksperimen dan eksplanasi survei. Format eksplanasi ingin menjelaskan hubungan, perbedaan atau pengaruh variabel dengan variabel yang lain. Penelitian eksplanasi memiliki kredibilitas untuk mengukur, menguji

hubungan sebab-akibat (mengapa) dari beberapa variabel menggunakan analisis statistik inferensial (Bungin, 2010, p. 38).

Melalui penelitian ini, posisi peneliti ingin menjelaskan mengapa fenomena tersebut terjadi dan apa yang memengaruhi sehingga peneliti ingin menjelaskan hubungan antara dua atau lebih variabel karena pada umumnya, penelitian kuantitatif menekankan pada keluasan informasi bukan kedalaman. Maka dari itu, Sugiyono menyebutkan bahwa jenis penelitian ini cocok pada populasi yang luas dengan variabel terbatas (Sugiyono, 2017, p. 12).

Penelitian bersifat kuantitatif ini ingin mengetahui pengaruh tingkat LMI terhadap kemampuan mengidentifikasi karakteristik berita bersponsor siswa di 4 SMA Tangerang. Hasil penelitian yang bersifat eksplanatif ini akan memaparkan dan menjelaskan pengaruh variabel dengan variabel yang lain dari hasil analisis pengumpulan data.

### **3.2 Metode Penelitian**

Metode penelitian ini adalah survei. Penelitian survei mengumpulkan data menggunakan kuesioner dari kelompok responden yang dianggap mewakili populasi tertentu (Rakhmat, 2017, p. 200). Dalam perkembangannya, metode survei menggunakan instrumen lain selain kuesioner yaitu wawancara tujuannya untuk mengembangkan kuesioner yang diisi responden.

Menurut Sugiyono, metode survei mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah. Perlakuan yang dilakukan peneliti berupa mengedarkan kuesioner, test, wawancara terstruktur dan sebagainya. Metode kuantitatif adalah metode

penelitian survei dan eksperimen. Metode survei termasuk baik dalam penelitian terapan (*applied research*) maupun penelitian pengembangan, penemuan, dan pengujian produk (R&D atau *research and development*). Penelitian terapan berarti menemukan pengetahuan secara praktis dapat diaplikasikan (Sugiyono, 2017, pp. 5-7).

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan survei dengan memberikan kuesioner *online* yaitu *google form* kepada siswa di 4 SMA Tangerang untuk menguji sebuah fenomena dan menemukan pengembangan sebuah teori dan konsep yang dipakai yaitu LMI dan berita bersponsor. Menurut Saleh dan Bista, survei *online* semakin populer saat ini karena bermanfaat bagi peneliti akademik saat hendak melakukan riset sebagai salah satu pengumpulan data. Survei *online* dipilih karena tanggapannya yang cepat.

Adapun kelebihan dan kelemahan dari survei *online*. Kelebihan survei *online* adalah menghasilkan responden yang lebih banyak daripada survei kertas, respon yang cepat, kemudahan analisis, dan biaya yang minim. Kelemahannya pun sebaliknya dan memiliki tingkat respon yang rendah (*low response rate*). Terdapat studi yang menunjukkan bahwa terutama siswa memiliki tingkat respon yang rendah terhadap survei (Perkins, 2011) dalam (Saleh & Bista, 2017, pp. 63-65). Untuk mengatasi tingkat respon yang rendah dengan cara menjanjikan hadiah bagi pengisi kuesioner (Saleh & Bista, 2017, p. 66).

Berdasarkan kelebihan dan kekurangan yang telah dijabarkan di atas, peneliti memutuskan untuk menggunakan survei *online* karena situasi yang tidak

memungkinkan untuk datang ke sekolah membagikan kuesioner dengan metode kertas karena situasi pandemik *Covid-19*.

### **3.3 Populasi dan Sampel**

Menurut Rachmat, dalam penelitian kuantitatif peneliti dapat menduga sifat-sifat suatu kumpulan objek dengan cara mengamati sekumpulan objek tersebut. Bagian yang diamati adalah sampel, sedangkan sekumpulan objek penelitian disebut populasi (Rakhmat, 2017, p. 138).

#### **3.3.1 Populasi**

Menurut Sugiyono, populasi adalah subjek atau objek yang memiliki karakteristik tertentu untuk diteliti dan dipelajari oleh peneliti, lalu menarik kesimpulan secara general (Sugiyono, 2017, p. 61). Menurut Rachmat, dalam penelitian kuantitatif, objek penelitian yang dimaksud berupa orang, organisasi, surat kabar, kata-kata, dan lainnya. Objek penelitian disebut juga dengan unsur-unsur populasi (Rakhmat, 2017, p. 138).

Populasi penelitian ini adalah siswa di 4 SMA Tangerang. Berikut adalah distribusi populasi siswa di 4 SMA Tangerang, Provinsi Banten berdasarkan Data Pokok Pendidikan Dasar dan Menengah (Dapodikdasmen) dari Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan (Kemendikbud) tahun ajaran genap 2019/2020 (Kemendikbud, 2020).

**Tabel 3.1**  
**Distribusi Populasi Siswa di 4 SMA Tangerang**

Nama Sekolah	Wilayah	Jenis Sekolah	Kecamatan	TOTAL	%
SMAS Tarsisius Vireta	Kabupaten Tangerang	Swasta	Pasar Kemis	370	15,5%
SMAN 23 Kabupaten Tangerang		Negeri	Kelapa Dua	606	25,3%
SMAS Katolik Mater Dei	Kota Tangerang Selatan	Swasta	Pamulang	410	17,1%
SMAN 12 Tangerang Selatan		Negeri	Serpong	1008	42,1%
TOTAL				2.394	100%

Sumber: Data Pokok Pendidikan Dasar dan Menengah  
(Kemendikbud, 2020)

Pada Tabel 3.1 secara keseluruhan, jumlah sekolah berdasarkan jenis sekolah dan berdasarkan jenis kelamin dari wilayah Kabupaten Tangerang lebih banyak dibanding Kota Tangerang Selatan. Jika dilihat dari jenis sekolah, jumlah siswa yang tersebar di wilayah Kabupaten Tangerang memiliki jumlah lebih banyak dibanding wilayah Kota Tangerang Selatan.

Siswa SMA menjadi sampel penelitian ini karena sampel sudah ditetapkan dengan jelas sejak awal penelitian. Variabel penelitian ini adalah LMI dari UNESCO yang menggagas LMI di negara-negara yang terlibat dalam organisasi UNESCO termasuk Indonesia untuk meningkatkan kualitas LMI terutama salah satunya pada guru dan siswa untuk mewujudkan pembangunan berkelanjutan.

Kemudian siswa SMA banyak berinteraksi dengan segala bentuk digital dan kepiawannya dalam menggunakan teknologi yang praktis untuk mendapatkan akses informasi, perkembangan kognitif siswa SMA yang masih rentan, dan kemampuan kritis siswa SMA yang seharusnya bisa berkembang terutama dalam menyerap sumber informasi dan konten di media.

Wilayah Tangerang menjadi bagian wilayah penelitian ini karena wilayah penelitian yang diteliti menyesuaikan dengan lingkup penelitian dosen dan mahasiswa. Wilayah Tangerang menjadi kesepakatan antara dosen dan mahasiswa yang terlibat. Tangerang sebagai salah satu wilayah penyangga ibukota yang terus tumbuh dengan pembangunan juga yang maju. Pertumbuhan ini juga menjadi tempat berkembangnya pusat-pusat bisnis serta pendidikan. Maka, peneliti ingin melihat mutu para pendidik dan siswa di 4 SMA Tangerang dalam mewujudkan pembangunan berkelanjutan.

### **3.3.2 Sampel**

Sampel adalah sebagian dari populasi yang didapat dengan cara tertentu. Sampel harus mencerminkan semua unsur dalam populasi secara proposional (Rakhmat, 2017, p. 138). Untuk menghitung jumlah sampel dari populasi dengan teknik di atas, peneliti menggunakan rumus Slovin untuk menemukan nilai rata-rata sampel dari populasi sehingga memahami konsep estimasi dalam statistik (Rakhmat, 2017, p. 142). Tingkat kepercayaan dalam penelitian ini adalah 95% karena kelaziman. Maka,

dapat diketahui kontribusi variabel X terhadap Y. Perhitungan sampel dari jumlah populasi di atas menggunakan rumus Slovin sebagai berikut (Sanusi, 2011, p. 74):

$$N = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

$$N = \frac{80.446}{1+80.446 (0.05)^2}$$

$$N = \frac{80.446}{1+80.446 (0.05)^2}$$

$$N = \frac{80.446}{202,115}$$

$$N = 398,02 \sim 398$$

**Keterangan:**

n = jumlah sampel minimal

N = jumlah populasi

e = presentase kelonggaran ketidaktelitian

Rumus Slovin dipilih karena rumusnya mudah dan sederhana untuk menghitung jumlah sampel yang akan diuji. Berdasarkan perhitungan di atas, total sampel yang dibutuhkan untuk penelitian ini dengan rumus Slovin minimal sebanyak 398 sampel siswa SMA negeri dan swasta di Tangerang.

Tipe sampling ini adalah sampling nonpeluang atau (*nonprobability sampling*). Rachmat menyebutkan bahwa sampel nonprobabilitas adalah memilih sampel berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu (Rakhmat, 2017, p. 139). Teknik penarikan sampel ini tidak berdasarkan prinsip kerandoman atau acak. Adapun menurut Sugiyono, nonprobabilitas adalah teknik pengambilan sampel dengan tidak memberikan peluang yang

sama bagi anggota populasi yang dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2017, p. 66).

Jika diaplikasikan dengan penelitian ini berdasarkan penjelasan di atas bahwa subjek penelitian yang diteliti adalah siswa di 4 SMA Tangerang. Menurut Sugiyono, sampel berukuran besar, ditentukan sejak awal, dan didapat secara acak (Sugiyono, 2017, p. 15) . Teknik *sampling* nonprobabilitasnya adalah sampel dari sekolah-sekolah tertentu yang bersedia bekerja sama dengan peneliti. Konteks penelitian ini adalah kolaborasi antara dosen dan mahasiswa, maka sekolah yang dihubungi untuk pengumpulan data adalah sekolah-sekolah yang selama ini bekerja sama membantu penelitian UMN dalam konteks kegiatan literasi media. Maka dari itu, tidak semua siswa SMA di Tangerang dapat terlibat dalam konteks penelitian ini.

Penelitian ini termasuk dalam teknik snowball sampling. Menurut Sugiyono teknik sampel ini awalnya berjumlah kecil, kemudian membesar. Dalam penentuan sampel misalnya dipilih satu atau dua orang. Namun, karena dua orang tersebut belum cukup untuk kelengkapan data, maka peneliti mencari orang lain untuk melengkapi data sehingga sampel semakin banyak (Sugiyono, 2017, p. 85).

Selaras dengan penelitian ini, peneliti meminta bantuan guru-guru sebagai informan kunci yang mengantarkan peneliti menuju pada anggota kelompok yang ingin diteliti yaitu siswa SMA sebanyak mungkin melalui guru. Mekanisme penyebarannya dilakukan oleh setiap wali kelas dengan



mengirimkan *link* kuesioner kepada setiap siswa melalui grup pesan seperti *Whatsapp* dan *Line*. Jika terdapat siswa yang belum mengisi kuesioner, guru meminta ketua kelas untuk mengingatkan temannya mengisi kuesioner. Kriteria yang dipilih oleh peneliti yaitu siswa SMA dari semua tingkatan kelas, yaitu kelas X, XII, dan XII.

### 3.4 Operasionalisasi Variabel

Menurut Rachmat, operasionalisasi adalah mengukur konsep yang abstrak menjadi konsep yang dapat diukur. Dalam peneltian kuantitatif secara jelas menunjukkan bagaimana variabel-variabel penelitian dioperasionalkan dan diukur. Operasionalisasi variabel membuat kedalaman dan keluasan variabel yang diteliti secara lebih eksplisit (Rakhmat, 2017, p. 43). Berikut adalah dimensi untuk mengukur variabel LMI dari UNSECO:

**Tabel 3.2**  
**Dimensi dan Indikator Variabel X (LMI)**

Variabel	Dimensi	Indikator	Item Q
Literasi Media dan Informasi	1. Akses	1. Definisi dan artikulasi kebutuhan informasi	1;2
		2. Pencarian dan penemuan konten media dan informasi	3;4
		3. Akses pada informasi, konten media, dan penyedia informasi serta media	5;6
		4. Pengambilan dan penyimpanan konten media dan informasi	7;8
	2. Evaluasi	5. Pemahaman terhadap informasi dan media	9;10
		6. Evaluasi terhadap konten media dan informasi	11;12
		7. Penyusunan konten media dan informasi	13;14
	3. Kreasi	8. Pembuatan ilmu pengetahuan dan ekspresi kreatif	15;16

		9. Partisipasi dalam aktivitas publik sebagai warga negara yang aktif.	17;18
		10. Pemantauan pengaruh dari informasi, konten media, pembuatan, dan penggunaan ilmu pengetahuan, serta penyedia informasi dan media.	19;20

Sumber: (UNESCO, 2013, p. 58)

Untuk variabel kemampuan mengidentifikasi karakteristik berita bersponsor, peneliti menggunakan dua sumber sebagai berikut:

**Tabel 3.3**  
**Dimensi dan Indikator Variabel Y**  
**(Kemampuan Mengidentifikasi Karakteristik Berita Bersponsor)**

<b>Variabel</b>	<b>Dimensi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Item Q</b>
Kemampuan mengidentifikasi karakteristik berita bersponsor (Pasandaran, 2018)	1. Judul	1. Judul bernada positif, adanya pihak yang setuju.	21
	2. Nama penulis atau reporter	2. Terdapat nama penulis pada berita bersponsor.	22
	3. Waktu pemuatan	3. Tanggal pembuatan berita bersponsor dicantumkan.	23
	4. Ringkasan awal	4. Penulisannya cenderung positif dan netral.	24
	5. Narasumber	5. Narasumber berasal dari klien, bisa satu atau lebih yang memiliki keprihatinan yang sama.	25
	6. Kutipan	6. Memiliki banyak kutipan dari sumber yang sama.	26
Kemampuan mengidentifikasi karakteristik berita bersponsor (Gadiraju, 2017)	7. Konteks	7. Konten berita bersponsor diletakkan pada halaman atau rubrik yang sesuai dengan temanya	27
		8. Berita bersponsor berhasil membuat pembacanya menaruh minat pada topik tersebut.	28
	8. Kesesuaian	9. Keefektifan pesan berita bersponsor mencakup dua hal, yaitu konten iklan dan konten berita biasa.	29

Variabel	Dimensi	Indikator	Item Q
	9. Daya tarik	10. Daya tarik pada informasi. Membagikan fakta dan menyebarkan kesadaran tentang masalah, teknologi baru, atau pengetahuan tentang produk, layanan, atau situasi untuk menarik pembaca.	30
		11. Daya tarik pada pendidikan. Aspek 'bagaimana' dan 'mengapa' dari sebuah produk atau pelayanan dapat menarik pembaca.	31
		12. Daya tarik pada emosional. Mengandalkan asosiasi dan loyalitas pembaca untuk membuat pembaca dapat kembali lagi.	32

Sumber: Pasandaran (2018, p. 96) dan (Gadiraju, 2018, p 26)

Berdasarkan tabel 3.2, pada dimensi yang sebelumnya telah dianalisis oleh Pasandaran (2018), peneliti hanya menggunakan enam dimensi. Dimensi yang dihilangkan adalah pentingnya konten diberitakan (*nutgraph*), penutup, dan kutipan. Secara umum, alasan dimensi-dimensi tersebut tidak dipakai karena sulit bagi siswa untuk mengidentifikasinya. Dimensi pentingnya konten itu diberitakan (*nutgraph*) dan penutup pada hasil yang dikemukakan oleh penelitian Pasandaran tidak ditemukan karakteristik yang jelas pada berita bersponsor, sedangkan dimensi kutipan dihilangkan karena serupa dengan dimensi sumber. Maka dari itu, ketiga dimensi tersebut dihilangkan. Sedangkan sumber dari Gadiraju, peneliti memakai semua dimensinya.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan dua konsep berita bersponsor untuk mengukur variabel kemampuan mengidentifikasi karakteristik berita

bersponsor karena kedua sumber tersebut memiliki ranah penelitian yang sama yaitu menemukan karakteristik konten dan format penulisan dari berita bersponsor sehingga keduanya dianggap saling melengkapi.

### **3.5 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yang menggunakan metode survei dengan menyebarkan kuesioner. Instrumen pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner yang sudah teruji dan dipergunakan dalam berbagai penelitian (Rakhmat, 2017, p. 47). Data yang dikumpulkan adalah data yang dapat menjawab pertanyaan penelitian untuk menguji hipotesis. Setelah data terkumpul, maka berikutnya adalah pengolahan data menggunakan SPSS, dengan memasukkan data yang sudah diubah ke dalam angka dari jawaban responden (Rakhmat, 2017, p. 48). Rachmat menyebutkan bahwa penelitian kuantitatif lazimnya menggunakan instrumen yang dikembangkan menggunakan skala Likert (Rakhmat, 2017, p. 46).

Pada penelitian ini, jenis skala untuk mengukur dua variabel yaitu LMI serta berita bersponsor menggunakan skala Likert atau disebut skala ordinal. Menurut Sugiyono, skala Likert menghasilkan data interval yang memiliki gradasi pilihan jawaban dari sangat positif hingga tidak negatif, atau sebaliknya. Skala Likert digunakan untuk mengukur persepsi, sikap, pendapat seseorang tentang fenomena sosial. Bagi item pernyataan yang merujuk pada 'saya' menggunakan skala kesesuaian, sedangkan item pernyataan yang tidak merujuk pada 'saya' menggunakan skala persetujuan.

Untuk mengukur variabel LMI yaitu dari UNESCO. Sebagian menggunakan item instrumen yang sudah dipakai oleh peneliti sebelumnya dan sudah membuktikan valid dan reliabel. Kemudian untuk variabel berita bersponsor, peneliti merancang keseluruhan item instrumen dari indikator yang tersedia. Item instrumen untuk dua variabel berupa item pernyataan pada kuesioner.

Skala yang dipakai pada penelitian ini adalah skala persetujuan dan kesesuaian. Biasanya skala Likert secara lazim menggunakan lima skala, tetapi pada penelitian ini menggunakan empat skala yaitu sangat tidak setuju atau sesuai, tidak setuju atau sesuai, setuju atau sesuai, dan sangat setuju atau sesuai. Tujuannya untuk menghindari jawaban yang masih meragukan sehingga mudah bagi peneliti menentukan jawaban responden, berada pada sisi setuju atau tidak setuju. Tingkat pilihan jawaban yang dipakai yaitu:

**Tabel 3.4**  
**Pilihan Jawaban Penelitian**  
**dengan Skala Likert**

Skala	Keterangan	Skor
1	Sangat setuju	4
2	Setuju	3
3	Tidak setuju	2
4	Sangat tidak setuju	1

Sumber: Data peneliti

Berdasarkan tingkat pilihan jawaban di atas, peneliti ingin mengukur seberapa tinggi tingkat LMI dan kemampuan mengidentifikasi karakteristik berita bersponsor siswa di 4 SMA Tangerang. Kuesioner ini dibuat dalam bentuk pilihan ganda menggunakan *google form*. Setelah itu, data dari responden yang terkumpul dianalisis menghitung rata-rata jawaban berdasarkan skor dari setiap jawaban responden (Sugiyono, 2017, pp. 93-96).

Dalam menjangkau siswa SMA swasta di Tangerang sebagai sampel yang akan mengisi kuesioner melalui *google form* berupa pilihan ganda, peneliti meminta kontak guru di 4 SMA Tangerang yang terpilih sebagai populasi melalui teman-teman peneliti yang sebelumnya telah meneliti sekolah-sekolah tersebut. Dosen pembimbing menghubungi beberapa guru dan menghubungkannya dengan kepala sekolah dari SMA yang ditentukan. Kepala sekolah meminta semua wali kelas untuk berkoordinasi agar siswanya mengisi *google form* penelitian. Setelah itu, wali kelas mengirimkan *link google form penelitian* kepada siswanya melalui grup aplikasi pesan seperti *Whatsapp* dan *Line*.

Pengujian ini memungkinkan pembuatan generalisasi sehingga kesimpulan hasil penelitian dapat digeneralisasikan pada populasi dimana sampel diambil (Sugiyono, 2017, p. 12). Hasil penelitian ini dapat digeneralisasikan pada siswa di 4 SMA Tangerang yang menjadi subjek penelitian. Sugiyono juga menyebutkan pada saat mengumpulkan data dari responden, dibuat berjarak tanpa kontak agar objektif (Sugiyono, 2017, p. 15).

### **3.6 Teknik Pengukuran Data**

Untuk menghasilkan instrumen yang tepat, dapat digunakan, dan diandalkan pada tingkat LMI serta kemampuan mengidentifikasi karakteristik berita bersponsor untuk diuji kepada sampel, maka dibutuhkan instrumen yang valid dan reliabel. Menurut Rachmat, untuk menguji fenomena komunikasi, maka dalam pengukuran kuantitatif menggunakan perangkat lunak yaitu SPSS untuk

membantu mengolah dan menganalisis data penelitian. SPSS biasanya digunakan untuk menghitung salah satunya yaitu analisis regresi (Rakhmat, 2017, p. 47).

### 3.6.1 Uji Validitas

Valid menunjukkan derajat ketepatan antara objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Menurut Sanusi, butir-butir pertanyaan dalam kuesioner merupakan instrumen alat ukur yang harus diukur validitasnya. Jika validitasnya tinggi, maka instrumen tersebut dikatakan sah. Uji validitas dilakukan dengan mengorelasikan setiap item pertanyaan dengan total skor yang diperoleh sehingga diperoleh angka korelasi. Hipotesis penelitian ini adalah hipotesis asosiatif sehingga diuji dengan teknik korelasi. Rumus korelasi yang digunakan yaitu korelasi *pearson product moment* ( $r_{hitung}$ ), berikut adalah rumus korelasi *pearson product moment*:

$$r = \frac{N(XY) - (X)(Y)}{\sqrt{[N(X^2 - (X)^2)(Y^2 - (Y)^2)]}}$$

#### Catatan:

r = koefisien korelasi

N = jumlah sampel (responden)

X = skor pernyataan no.1

Y = skor total

XY = pernyataan no. 1 dikalikan skor total

Berdasarkan rumus di atas, korelasi *pearson product moment* ingin menganalisis data dari sumber yang sama dan akan dikorelasikan dalam

bentuk interval. Uji validitas item dengan korelasi *pearson product moment* mengorelasikan skor item pertanyaan dari kuesioner dengan skor total. Skor total adalah jumlah dari seluruh item pada satu variabel. Uji validitas dilakukan pada dua variabel (Sanusi, 2011, pp. 77-78).

Dalam penelitian ini menggunakan hipotesis asosiatif yaitu korelasi sederhana, dimana ingin mengetahui hubungan antara satu variabel independen yaitu literasi media dan informasi terhadap satu variabel dependen yaitu kemampuan mengidentifikasi karakteristik berita bersponsor.

Pada penelitian ini uji validitas dengan alat bantu IBM SPSS *Statistics* 25. Menurut Ghozali, dalam membaca  $r_{tabel}$  tingkat signifikansinya (Sig.) adalah 0.05 atau 5% dengan uji 2 arah (*two-tailed test*) dan rumus *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n-2$  (Ghozali, 2013, p. 53). Responden untuk uji validitas pada penelitian ini sebesar 55, maka  $df = 55 - 2 = 53$ , maka dari itu hasil  $r_{tabel}$  sebesar 0,224. Prinsipnya,  $r_{hitung}$  (nilai korelasi *pearson*) masing-masing item pertanyaan dibandingkan dengan  $r_{tabel}$ . Penilainnya adalah jika  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ , maka item pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

Untuk pengujian penelitian ini, instrumen penelitian menggunakan kuesioner menggunakan skala Likert sebanyak empat pilihan jawaban. Pengujian variabel X (LMI) terdapat 20 item pernyataan yang diberikan kepada 55 responden untuk memilih jawaban berdasarkan tingkat



kesetujuan dari setiap pernyataan tersebut. Pengujian menggunakan IBM SPSS *Statistics* 25. Berikut adalah hasil uji validitas pada variabel X (LMI):

**Tabel 3.5**  
**Hasil Uji Validitas Variabel X (LMI)**

No. Item	Angka Korelasi ( $r_{hitung}$ )	$r_{tabel}$ 0,05 / 5%	Keterangan
1	0,455	0,224	VALID
2	0,312	0,224	VALID
3	0,443	0,224	VALID
4	0,422	0,224	VALID
5	0,330	0,224	VALID
6	0,526	0,224	VALID
7	0,617	0,224	VALID
8	0,539	0,224	VALID
9	0,500	0,224	VALID
10	0,349	0,224	VALID
11	0,298	0,224	VALID
12	0,293	0,224	VALID
13	0,437	0,224	VALID
14	0,401	0,224	VALID
15	0,412	0,224	VALID
16	0,494	0,224	VALID
17	0,185	0,224	TIDAK VALID
18	0,348	0,224	VALID
19	0,450	0,224	VALID
20	0,367	0,224	VALID

Sumber: Hasil olahan peneliti menggunakan SPSS versi 25, 2020

Berdasarkan tabel 3.5, hasil uji validitas pada variabel X (LMI) terdapat satu item pernyataan pada kuesioner yang tidak valid yaitu item no. 17 dari dimensi kreasi.

Berikut adalah hasil uji validitas untuk variabel Y (kemampuan mengidentifikasi karakteristik berita bersponsor) yang terdapat 12 item pernyataan:

**Tabel 3.6**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Y**  
**(Kemampuan Mengidentifikasi Karakteristik Berita Bersponsor)**

NO. ITEM	ANGKA KORELASI ( $r_{hitung}$ )	$r_{tabel}$ 0,05 / 5%	KETERANGAN
21	0,751	0,224	VALID
22	0,440	0,224	VALID
23	0,367	0,224	VALID
24	0,629	0,224	VALID
25	0,747	0,224	VALID
26	0,725	0,224	VALID
27	0,624	0,224	VALID
28	0,692	0,224	VALID
29	0,584	0,224	VALID
30	0,549	0,224	VALID
31	0,572	0,224	VALID
32	0,560	0,224	VALID

Sumber: Hasil olahan peneliti menggunakan SPSS versi 25, 2020

Berdasarkan Tabel 3.6, seluruh ítem pernyataan pada variabel Y (kemampuan mengidentifikasi karakteristik berita bersponsor) adalah valid. Menurut Sanusi, jika terbukti terdapat ítem pertanyaan yang tidak valid, maka ítem pertanyaan tersebut harus dibuang atau diperbaiki (Sanusi, 2011, p. 109). Pada penelitian ini, ítem pernyataan yang tidak valid yaitu ítem no. 17 akan dihilangkan.

### 3.6.2 Uji Reliabilitas

Ketika data yang sudah terukur validitasnya, maka uji berikutnya adalah reliabilitas. Menurut Sugiyono, uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi alat ukur pada kuesioner sehingga menilai apakah kuesioner dapat digunakan. Semakin tinggi koefisien reliabilitas mendekati angka, maka alat ukur semakin reliabel (Sugiyono, 2017, p. 131). Artinya,

uji reliabilitas memastikan apakah alat ukur dapat diandalkan dan dipakai secara berulang dan dinyatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan konsisten dan stabil pada waktu dan tempat berbeda.

Teknik uji reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan konsistensi internal (*internal consistency of measures*) atau *one shot* dimana menganalisis data dari satu kali pengujian kepada sampel. Metode untuk mencari indeks reliabilitas internal yaitu menggunakan *coefficient alpha cronbach*. Teknik *alpha cronbach* paling umum dipakai.

Rumus perhitungan reliabilitas dengan teknik *alpha cronbach* sebagai berikut:

**Gambar 3.1**  
**Rumus Perhitungan Reliabilitas dengan Alpha Cronbach**

$$r_i = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

**Keterangan:**

- $r_1$  = Koefisien reliabilitas yang dicari
- $k$  = Jumlah butir pertanyaan
- $\sigma_b^2$  = Varians butir-butir pertanyaan
- $\sigma_t^2$  = Varians skor tes

Sumber: (Nurgiyantoro, B., & Marzuki, 2017, p. 426)

Pada penelitian ini, uji reliabilitas dengan alat bantu perhitungan IBM SPSS *Statistics* 25. Uji reliabilitas ini diujikan kepada masing-masing variabel yaitu variabel LMI dan variabel kemampuan mengidentifikasi karakteristik berita bersponsor.

**Tabel 3.7**  
**Hasil Uji Reliabilitas dengan *Alpha Cronbach***  
**pada Dua Variabel**

VARIABEL	CRONBACH'S ALPHA	PEDOMAN MINIMAL	KETERANGAN
X (LMI)	0,719	0,60	Reliabel
Y (kemampuan mengidentifikasi karakteristik berita bersponsor)	0,831	0,60	Reliabel

Sumber: Hasil olahan peneliti menggunakan SPSS versi 25, 2020

Berdasarkan hasil koefisien reliabilitas pada Tabel 3.7 bahwa prinsipnya, *alpha cronbach* harus menunjukkan nilai  $>0,60$  sehingga kuesioner memiliki tingkat reliabilitas cukup baik atau andal untuk digunakan (Sujarweni, 2014, p. 193). Nilai koefisien reliabilitas item pernyataan variabel X pada kuesioner sebesar 0,753 dan item pernyataan Y pada kuesioner sebesar 0,788. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa hasil uji reliabilitas pada kedua variabel menunjukkan angka  $>0,60$ , maka kuesioner dinilai reliabel atau konsisten.

### 3.7 Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono, setelah selesai dengan pengumpulan data, maka tahap berikutnya adalah analisis. Menurut Sugiyono, analisis untuk menjawab pertanyaan penelitian dan hipotesis menggunakan statistik (Sugiyono, 2017, p. 31). Pada penelitian ini menggunakan IBM SPSS *Statistics* 25. Untuk mengetahui tingkat LMI dan kemampuan mengidentifikasi karakteristik berita bersponsor pada siswa di 4 SMA Tangerang, peneliti menggunakan teknik analisis deskriptif. Analisis data

deskriptif digunakan untuk mengetahui bobot nilai dari setiap item pernyataan yaitu dengan menghitung rata-rata. Perhitungan rata-rata dilakukan pada ítem pernyataan, dimensi, dan variabel. Setelah rata-rata diketahui, maka dapat diklasifikasikan ke dalam lima kategori berdasarkan rumus di bawah ini:

$$\begin{aligned}\text{Nilai Jenjang Interval (NJI)} &= \frac{\text{Nilai Tertinggi}-\text{Nilai Terendah}}{\text{Klasifikasi}} \\ &= \frac{4-1}{5} = 0,6\end{aligned}$$

- a. Nilai tertinggi : 4
- b. Nilai terendah : 1
- c. Klasifikasi : 5
- d. Jarak interval : 0,6

**Tabel 3.8**  
**Klasifikasi Skor Rata-rata Variabel; Dimensi; Item**

Nilai Rata-rata	Klasifikasi
1,00 – 1,60	Sangat rendah
1,60 – 2,20	Rendah
2,20 – 2,80	Sedang
2,80 – 3,40	Tinggi
3,40 – 4,00	Sangat tinggi

Sumber: Hasil olahan peneliti, 2020

Berdasarkan Tabel 3.8, terdapat beberapa jarak nilai rata-rata, sehingga hasil analisis data melalui perhitungan rata-rata dari tingkat LMI dan kemampuan mengidentifikasi karakteristik berita bersponsor dapat disimpulkan berdasarkan klasifikasi di atas. Peneliti menggunakan lima klasifikasi untuk mengelompokkan nilai rata-rata menjadi lebih detil dan beragam.

Selanjutnya, hipotesis penelitian ini ingin mengetahui seberapa positif dan signifikan pengaruh variabel LMI terhadap kemampuan mengidentifikasi karakteristik berita bersponsor, maka dari itu dianalisis dengan regresi (Sugiyono,

2017, p. 178). Menurut Sanusi, penelitian dengan dua variabel secara umum menggunakan regresi linear sederhana. Regresi linear sederhana akan menguji pengaruh antara variabel X dan variabel Y dan memperkirakan nilai dua variabel.

Perhitungan regresi sederhana untuk mengetahui prediksi seberapa tinggi nilai variabel X yaitu LMI jika variabel Y yaitu kemampuan mengidentifikasi karakteristik berita bersponsor dimanipulasi. Memprediksi nilai variabel Y disebut dengan persamaan regresi. Berikut adalah rumus persamaan regresi sederhana (Sanusi, 2011, pp. 131-132):

$$Y' = a + bX$$

**Keterangan:**

$Y'$  = Nilai yang diprediksikan

$a$  = Konstanta bila  $X = 0$

$b$  = Koefisien regresi

$X$  = Nilai variabel X yang dipilih

Untuk mendapatkan nilai  $a$  dan  $b$  pada persamaan regresi sederhana di atas, maka menggunakan rumus:

$$b = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{n(\sum X^2) - (\sum X)^2}$$

dan

$$a = \frac{\sum Y}{n} - b \frac{\sum X}{n}$$

**Keterangan:**

$n$  = Jumlah sampel

$X$  = Nilai variabel X

Y = Nilai variabel Y

Setelah nilai a dan b didapat, maka data dapat diindikasikan.

Kemudian untuk mencari nilai signifikansi pada koefisien regresi, menggunakan rumus membandingkan nilai  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$  sebagai berikut:

$$t = \frac{b}{S_b}$$

**Keterangan:**

b = koefisien regresi

$S_b$  = *standard error* untuk koefisien regresi (b)

Berdasarkan rumus di atas, uji signifikansi ingin membuktikan apakah pengaruh yang ditemukan berlaku untuk seluruh populasi yang berjumlah 550 orang. Nilai  $t_{hitung}$ , koefisien regresi, dan *standard error* menjadi satu kesatuan. Nilai  $t_{hitung}$  akan dibandingkan dengan nilai  $t_{tabel}$  yang tersedia pada taraf 5% atau 0,05. Jika  $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima, tetapi jika  $t_{hitung} < -t_{tabel}$  dan  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak (Sanusi, 2011, p. 134).

Akan tetapi, peneliti menggunakan SPSS untuk menghitung data. Adapun syarat analisis regresi linear sederhana dengan menggunakan SPSS beberapa diantaranya adalah jumlah sampel yang digunakan sama, residual berdistribusi normal, data harus valid, dan reliabel. Jika masing-masing saat pengujian tersebut sudah sesuai, dapat melanjutkan ke tahap analisis regresi linear sederhana (Raharjo, n.d. para. 1 dan 2).

Dalam SPSS terdapat *input* dan *output*. Menurut Ghazali, *input* berarti memasukan skor total jawaban responden masing-masing variabel dari hasil penyebaran kuesioner. Kemudian memilih menu *analyze*, kemudian submenu

*Regression*, dan *linear*. Setelah itu, SPSS akan memunculkan hasil analisis regresi linear sederhana yaitu *output*. *Output* SPSS menampilkan tabel *Variabel Entered Removed* (variabel penelitian), *model summary* (ringkasan model), ANOVA, dan *Coefficients* (koefisien). Namun berdasarkan penjelasan Ghozali, analisis melihat pada tiga tabel yaitu *Model Summary*, ANOVA, dan *Coefficients* (Ghozali, 2013, pp. 97-100).

Peneliti akan mendapatkan hasil persamaan regresi melalui SPSS tanpa membandingkan nilai  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$ , melainkan melihat pada nilai signifikansi pada tabel *coefficient* di SPSS. Pengambilan keputusannya adalah nilai signifikansi  $< 0,05$ , maka variabel X berpengaruh terhadap variabel Y. Kemudian, peneliti dapat memutuskan hasil hipotesis dari tabel *coefficient*.

Lebih lanjut, Sugiyono menyatakan bahwa hasil analisis yang dihitung ditampilkan berupa pembahasan. Data hasil analisis disajikan menggunakan tabel, tabel distribusi frekuensi, diagram, grafik, dan lainnya. Setelah hasil penelitian diberikan pembahasan, maka berikutnya dapat disimpulkan (Sugiyono, 2017, p. 32).

Adapun tahap selanjutnya menurut Rachmat, bahwa perlu pemaparan dari hitungan statistik berdasarkan fakta hasil kuantifikasi peneliti, seperti mengapa fakta muncul dan mengapa terdapat penolakan. Kemudian, dikaitkan antara fakta temuan tersebut dan teori sehingga fenomena tersebut terjadi (Rachmat, 2017, p. 48). Maka dari itu, hasil dari kuesioner ini setelah dianalisis, peneliti menampilkan distribusi frekuensi, menampilkan semua jawaban responden dari seluruh item pertanyaan.